

**KONTRIBUSI KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN *FRONT OFFICE* KEPADA  
KEPUASAN TAMU MENGINAP DI HOTEL HW PADANG**



**ROTUA GHANI HASONANGON**

**55609/2010**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN  
JURUSAN PARIWISATA  
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
Wisuda Periode Maret 2016**



# KONTRIBUSI KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN *FRONT OFFICE* KEPADA KEPUASAN TAMU MENGINAP DI HOTEL HW PADANG

Rotua Ghani Hasonangon<sup>1</sup>, Youmil<sup>2</sup>, Waryono<sup>3</sup>.

Program Studi D4 Manajemen Perhotelan

Jurusan Pariwisata

FPP Universitas Negeri Padang

email: rgh\_ghani@yahoo.com

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat kontribusi kualitas pelayanan karyawan *Front Office* kepada kepuasan tamu menginap di Hotel HW Padang. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif (assosiatif kausal). Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah tamu yang menginap selama 10 bulan dari Januari - Oktober 2015 dengan jumlah 11.080 orang. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 100 orang yang diambil menggunakan rumus Riduwan. Teknik pengambilan sampel adalah *non probability sampling*, (*incidental sampling*). Pengumpulan data menggunakan angket berdasarkan Skala *Likert* yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Hasil uji korelasi ditemukan  $\text{sig } 0,969 > 0,05$ , maka variabel kualitas pelayanan tidak dapat menjelaskan variabel kepuasan tamu secara signifikan, dengan R Square sebesar 0,002. Artinya Kualitas Pelayanan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan hanya sebesar 0,2% dan 99,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata kunci:** Kualitas, Pelayanan, Karyawan, Kepuasan, dan Tamu.

## Abstract

This study aims to explore the contribution of employee service quality Front Office to the satisfaction of the guests staying at the Hotel HW Padang . This research is a quantitative (associative causal). The population in this study is the number of guests staying during the 10 months from January to October 2015 the number of 11,080 people. The number of samples in this study was of 100 people were taken using the formula Riduwan. The sampling technique is non-probability sampling, (incidental sampling). Collecting data using a questionnaire based on the Likert scale that has been tested for validity and reliability. Results of correlation found  $\text{sig } 0.969 > 0.05$ , then the variable quality of service can not identifies variables guest satisfaction significantly, with R Square of 0.002. This means that Quality Service Customer Satisfaction affects only 0.2% and 99.8 % influenced by factors.

**Keywords:** Quality, Service, Employee, Satisfaction, and Guests.

---

<sup>1</sup>Prodi D4 Manajemen Perhotelan untuk wisuda periode Maret 2016

## A. Pendahuluan

Perkembangan dunia pariwisata di kota Padang harus di ikuti dengan sektor penunjang pariwisata itu sendiri, salah satunya industri perhotelan. Hotel menurut Rumekso (2001: 2) “adalah bentuk bangunan yang menyediakan kamar-kamar untuk menginap para tamu, makanan dan minuman, serta fasilitas - fasilitas lain yang diperlukan dan dikelola secara profesional”.

Hotel sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan tentu memiliki tujuan agar tamu mendapat kepuasan sebagai konsumen. Menurut Band (1991) dalam Setiyawati (2009: 12) “Kepuasan tamu adalah suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan dari tamu dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut”. Hotel yang baik tidak hanya memberikan fasilitas yang baik saja, tapi juga memberikan kualitas pelayanan yang baik agar tamu merasa puas. Hal ini sejalan dengan pendapat Irawan (2004: 37), “Faktor-faktor penentu kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan, harga, emosional faktor, biaya dan kemudahan”. Sebagai salah satu faktor penentu kepuasan tamu kualitas pelayanan memiliki pengertian sebagai berikut, menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono dan Chandra (2005: 121), “Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan”. Kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Departemen *front office* adalah salah satu bagian yang memiliki peranan dalam memenuhi kepuasan tamu menginap. Menurut Soenarno (2000: 2), “*Front Office* adalah departemen yang menangani pelanggan yang menggunakan kamar, mulai dari reservasi,

penerimaan pelanggan (*reception*), tamu datang (*check-in*) sampai pelanggan meninggalkan hotel (*check-out*)”.

Hotel HW merupakan hotel bintang tiga (\*\*\*) yang beralamat di Jl. Hayam Wuruk No 16, Padang Barat, Padang, Indonesia. Hotel HW memiliki 58 kamar, menawarkan kamar *smart* dan *elegant*. *Market segmen* dari Hotel HW adalah para pebisnis baik nasional, regional, maupun internasional dan para wisatawan, hal ini dikarenakan lokasi Hotel HW sangat strategis berada di pusat kota, dekat dengan perkantoran dan tempat wisata kota Padang.

*Front Office Department* Hotel HW Padang sebagai salah satu bagian operasional hotel yang memiliki peran penting tentu memiliki kontribusi dalam memberikan kepuasan kepada tamu hotel, baik itu kontribusi yang baik ataupun buruk karena kualitas pelayanan yang diberikan kepada tamu. Dari pengamatan langsung penulis saat melakukan pra - penelitian, tamu menyampaikan keluhan kepada bagian *front office* karena tamu terganggu oleh suara musik yang keras dari lantai atas karena ada acara ulang tahun yang menggunakan *pool* Hotel HW sebagai tempatnya. Tamu komplain karena sebelumnya saat ditanyakan kepada *FO* acara akan selesai pada jam 23.00 malam, tapi sampai jam 01.30 dini hari acara masih belum selesai sehingga tamu terganggu saat akan istirahat. Hal ini terjadi karena kurangnya kehandalan (*reliability*) karyawan *FO* dalam mengetahui dan menyampaikan informasi yang akurat kepada tamu. Masalah lain yang penulis temui adalah kurangnya *empathy* karyawan *FO* saat melakukan *greeting* kepada tamu dengan wajah yang tidak ramah dan senyum.

Berdasarkan dari komentar tamu tentang ketidakpuasan terhadap pelayanan karyawan *Front Office* yang penulis temui di *website Agoda.com* terdapat beberapa masalah atau komplain tamu diantaranya: (1) Menurut Novi A. yang menginap dengan

keluarganya pada tanggal 26 Desember 2014 *staff Front Office* yang tidak ramah saat melakukan *check-in*, (2) Menurut Benyamin H. yang menginap pada tanggal 03 Agustus 2014 mengeluhkan proses *check-out* yang lama karena terdapat masalah pada mesin pembayaran debit yang rusak. (3) Komentar berikut disampaikan oleh Maria E. yang menginap pada tanggal 8 Agustus 2013, mengatakan kecewa kepada hotel dan *Front Office staff* karena dia mendapatkan kamar yang tidak bisa mengakses *wifi* namun saat komplain kepada *staff Front Office* untuk mengganti kamar respon yang diterima sangat lambat. (4) Masalah lain yang penulis temukan saat proses *check-out* tamu komplain karena karyawan *Front Office* meminta tambahan pembayaran pada tamu padahal tamu tidak menggunakan fasilitas lain di hotel selain kamar, hal ini terjadi karena karyawan *Front Office* tidak teliti membuat *bill* tagihan tamu, kejadian ini di alami oleh Nur yang menginap pada 23 April 2015.

Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan tentang kualitas pelayanan dan kepuasan tamu di Hotel HW Padang dan menganalisis kontribusi kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan tamu menginap di Hotel HW Padang.

## **B. Metode Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Populasi penelitian ini adalah jumlah tamu yang menginap dari bulan Januari – Oktober 2015 11.080 orang. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus dari Riduwan (2005: 65).

$$n = \frac{11.080}{11.080.0,1^2 + 1} = 99,74 \text{ digenapkan menjadi } 100 \text{ sampel.}$$

Teknik pengambilan sampel adalah *non probability sampling*, dengan menggunakan *incidental sampling*. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini adalah data penilaian tentang kualitas pelayanan karyawan *front office* terhadap kepuasan tamu menginap di Hotel HW Padang

dengan menyebarkan kuesioner (angket) yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data jumlah kunjungan tamu yang menginap di Hotel HW Padang yang di peroleh dari bagian *front office department*.

Teknik pengolahan dan analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, dilakukan untuk memperoleh gambaran distribusi frekuensi data yang mencakup nilai maksimal dan minimal, *mean*, *median*, standar deviasi.

### 1. Teknik Analisis Data

Pengolahan data dapat dilakukan dengan cara melakukan kegiatan seperti merancang struktur data, pengkodean, *editing* dan pengentrian data. Data disimpan dengan mempergunakan *Microsoft Excel*. Setelah data dinyatakan valid maka datapun siap diolah.

#### a. Analisis koefisien korelasi

Untuk mengetahui kontribusi kualitas pelayanan pada kepuasan tamu menginap di Hotel HW Padang, maka digunakan analisis korelasi *product moment* dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{[n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2][n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2]}}$$

Keterangan:

- Rxy = koefisien korelasi antara variabel X dan Y
- = jumlah asil perkalian tiap-tiap skor asli dari X dan Y
- = jumlah skor item
- = jumlah skor seluruh item
- = jumlah responden

#### b. Uji Koefisien Determinasi

Sedangkan untuk menyatakan besar kecilnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinan sebagai berikut:  $KP = r^2 \times 100\%$

Dimana: KP = Besarnya koefisien penentu (determinan)

r = Koefisien korelasi

### C. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

#### 1. Hasil Penelitian

Setelah dilakukan perhitungan mengenai Kontribusi kualitas pelayanan karyawan *front office* kepada kepuasan tamu menginap di Hotel HW Padang yang dikumpulkan melalui kuesioner dan disebarakan kepada 100 responden penelitian dengan 39 pernyataan yang terbagi dalam 10 indikator seperti pada tabel-tabel di bawah ini:

##### a. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X).

Data Kualitas Pelayanan (X) dikumpulkan melalui pernyataan yang terdiri dari 24 butir pernyataan. Selanjutnya disebarakan kepada 100 responden untuk dijabarkan data. Setelah di analisis di peroleh bahwa kualitas pelayanan (X) dikategorikan baik dengan persentase 66%.

**Tabel 2. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X)**

Kategori	Skor	F	Persentase(%)
Sangat Baik	$\geq 78$	16	16%
<b>Baik</b>	<b>66 - &lt; 78</b>	<b>66</b>	<b>66%</b>
Cukup	54 - < 66	16	16%
Buruk	42 - < 54	2	2%
Sangat Buruk	< 42	0	0%
Total		100	100%



### 1) Bukti Fisik (*Tangibles*)

Data yang diperoleh dari 100 orang responden tentang bukti fisik yang terdiri dari 5 item pernyataan. Setelah di analisis di ketahui bahwa bukti fisik dikategorikan baik dengan persentase 51%.

**Tabel 3. Deskripsi Kualitas Pelayanan dengan Bukti Fisik (*Tangibles*)**

Kategori	Skor	f	Persentase(%)
Sangat Baik	➤ 16,1	24	24 %
<b>Baik</b>	<b>13,7 - &lt; 16,1</b>	<b>51</b>	<b>51 %</b>
Cukup	11,3 - < 13,7	17	17 %
Buruk	8,9 - < 11,3	8	8%
Sangat Buruk	< 8,1	0	0 %
Total		100	100

### 2) Empati (*Empathy*)

Data yang diperoleh dari 100 orang responden tentang empati yang terdiri dari 4 item pernyataan. Setelah di analisis diketahui bahwa empati dikategorikan baik dengan persentase 40%.

**Tabel 4. Deskripsi Kualitas pelayanan dengan indikator Empati (*Empathy*)**

Kategori	Skor	F	Persentase(%)
Sangat Baik	➤ 12,4	37	37%
<b>Baik</b>	<b>10,8 - &lt; 12,4</b>	<b>40</b>	<b>40%</b>
Cukup	9,2 - < 10,8	20	20%
Buruk	7,6 - < 9,2	3	3%
Sangat Buruk	<7,6	0	0%
Total		100	100

### 3) Kehandalan (*Reliability*)

Data yang diperoleh dari 100 orang responden tentang kehandalan yang terdiri dari 5 item pernyataan. Setelah di analisis diketahui bahwa kehandalan dikategorikan baik dengan persentase 38%.

**Tabel 5. Deskripsi Kualitas pelayanan dengan indikator Kehandalan (*Reliability*)**

Kategori	Skor	F	Persentase(%)
Sangat Baik	➤ 16,1	27	27%

<b>Baik</b>	<b>13,7 - &lt;16,1</b>	<b>38</b>	<b>38%</b>
Cukup	11,3 - <13,7	19	19%
Buruk	8,9 - < 11,3	10	10%
Sangat Buruk	<8,1	6	6 %
Total		100	100

#### 4) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Data yang diperoleh dari 100 orang responden tentang daya tanggap yang terdiri dari 5 item pernyataan, Setelah di analisis diketahui bahwa daya tanggap dikategorikan baik dengan persentase 45%.

**Tabel 6. Deskripsi Kualitas pelayanan dengan indikator Daya Tanggap (*Responsiveness*)**

Kategori	Skor	f	Persentase(%)
Sangat Baik	➤ 16,1	20	20%
<b>Baik</b>	<b>13,7 - &lt; 16,1</b>	<b>45</b>	<b>45%</b>
Cukup	11,3 - < 13,7	17	17%
Buruk	8,9 - < 11,3	17	17%
Sangat Buruk	<8,1	1	1 %
Total		100	100

#### 5) Jaminan (*Assurance*)

Data yang diperoleh dari 100 orang responden tentang jaminan yang terdiri dari 5 item pernyataan. Setelah di analisis diketahui bahwa jaminan dikategorikan baik dengan persentase 53%.

**Tabel 7. Deskripsi Kualitas pelayanan dengan indikator Jaminan (*Assurance*)**

Kategori	Skor	f	Persentase(%)
Sangat Baik	➤ 16,1	31	31%
<b>Baik</b>	<b>13,7 - &lt; 16,1</b>	<b>53</b>	<b>53%</b>
Cukup	11,3 - < 13,7	13	13%
Buruk	8,9 - <11,3	3	3%
Sangat Buruk	< 8,1	0	0 %
Total		100	100

#### b. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Data Kepuasan Pelanggan (Y) dikumpulkan melalui pernyataan yang terdiri dari 15 butir pernyataan. Selanjutnya disebarakan kepada 100 responden

untuk dijabarkan data kualitas pelayanan. Setelah di analisis diketahui bahwa variabel kepuasan pelanggan (Y) dikategorikan baik dengan persentase 53%.

**Table 8. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

Kategori	Skor	f	Persentase(%)
Sangat Baik	➤ 48,75	22	22%
<b>Baik</b>	<b>41,25 – &lt; 48,75</b>	<b>53</b>	<b>53%</b>
Cukup	33,75 – < 41,25	24	24%
Buruk	26,25 – < 33,75	1	1%
Sangat Buruk	< 26,25	0	0%
Total		100	100

### 1) Tercapainya harapan Pelanggan

Data yang diperoleh dari 100 orang responden tentang tercapainya harapan pelanggan yang terdiri dari 4 item pernyataan, Setelah di analisis diketahui bahwa tercapainya harapan pelanggan dikategorikan baik dengan persentase 32%.

**Tabel 9. Deskripsi Kepuasan pelanggan dengan Indikator tercapainya harapan pelanggan**

Kategori	Skor	F	Persentase(%)
Sangat Baik	➤ 12,4	45	45%
<b>Baik</b>	<b>10,8 - &gt; 12,4</b>	<b>32</b>	<b>32%</b>
Cukup	9,2 - > 10,8	15	15%
Buruk	7,6 - > 9,2	8	8%
Sangat Buruk	< 7,6	0	0%
Total		100	100

### 2) Terpenuhiya Kebutuhan Pelanggan

Data yang diperoleh dari 100 orang responden tentang kebutuhan pelanggan yang terdiri dari 5 item pernyataan. Setelah di analisis diketahui bahwa terpenuhiya kebutuhan pelanggan dikategorikan baik dengan persentase 46%.

**Tabel 10. Deskripsi Kepuasan pelanggan dengan Indikator terpenuhinya kebutuhan pelanggan**

Kategori	Skor	F	Persentase(%)
Sangat Baik	➤ 16,1	29	29%
<b>Baik</b>	<b>13,7 - &lt; 16,1</b>	<b>46</b>	<b>46%</b>
Cukup	11,3 - < 13,7	16	16%
Buruk	8,9 - < 11,3	9	9%
Sangat Buruk	< 8,1	0	0 %
Total		100	100

### 3) Tercapainya Keinginan Pelanggan

Data yang diperoleh dari 100 orang responden tentang tercapainya keinginan pelanggan yang terdiri dari 2 item pernyataan. Setelah di analisis diketahui bahwa tercapainya keinginan pelanggan dikategorikan baik dengan persentase 31%.

**Tabel 11. Deskripsi Kepuasan pelanggan dengan Indikator Tercapainya keinginan pelanggan**

Kategori	Skor	F	Persentase(%)
Sangat Baik	➤ 6,5	30	30%
<b>Baik</b>	<b>5,5 - &gt; 6,5</b>	<b>31</b>	<b>31%</b>
Cukup	4,5 - > 5,5	18	18%
Buruk	3,5 - > 4,5	14	14%
Sangat Buruk	< 3,5	7	7%
Total		100	100

### 4) Keinginan untuk Memakai Produk atau Jasa Kembali

Data yang diperoleh dari 100 orang responden tentang bukti fisik yang terdiri dari 2 item pernyataan. Setelah di analisis diketahui bahwa keinginan untuk memakai produk/jasa kembali dikategorikan baik dengan persentase 32%.

**Tabel 12. Deskripsi Kepuasan pelanggan dengan Indikator Keinginan untuk Memakai Produk / Jasa Kembali**

Kategori	Skor	f	Persentase(%)
Sangat Baik	➤ 6,5	30	30%
<b>Baik</b>	<b>5,5 - &gt; 6,5</b>	<b>32</b>	<b>32%</b>
Cukup	4,5 - > 5,5	16	16%
Buruk	3,5 - > 4,5	17	17%
Sangat Buruk	< 3,5	5	5%
Total		100	100

### 5) Keinginan untuk Merekomendasikan Barang dan Jasa Kepada Orang Lain

Data yang diperoleh dari 100 orang responden tentang bukti fisik yang terdiri dari 2 item pernyataan. Setelah di analisis diketahui bahwa tercapainya harapan pelanggan dikategorikan sangat baik dengan persentase 31%.

**Tabel 13. Deskripsi Kepuasan pelanggan dengan Indikator Keinginan untuk Merekomendasikan Barang/Jasa Kepada Orang Lain**

Kategori	Skor	f	Persentase(%)
Sangat Baik	≥ 6,5	31	31%
Baik	5,5 - < 6,5	29	29%
Cukup	4,5 - < 5,5	16	16%
Buruk	3,5 - < 4,5	14	14%
Sangat Buruk	< 3,5	10	10%
Total		100	100

## 2. Uji Persyaratan Analisis

### a. Uji Normalitas

**Tabel 14. Uji Normalitas Kualitas Pelayanan Karyawan *Front Office* Kepada Kepuasan Tamu di Hotel HW Padang**

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X	Y
N		100	100
Normal Parameters <sup>a, b</sup>	Mean	71.19	44.77
	Std. Deviation	7.316	5.005
Most Extreme Differences	Absolute	.092	.102
	Positive	.046	.102
	Negative	-.092	-.068
Kolmogorov-Smirnov Z		.923	1.017
Asymp. Sig. (2-tailed)		.361	.253

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Nilai *Sig* kedua variabel tersebut lebih besar dari 0.05 ( $\alpha = 5\%$ ), sehingga berdasarkan data tersebut dapat dikatakan bahwa kedua variabel terdistribusi normal.

**b. Uji Homogenitas**

Berdasarkan hasil analisis uji homogenitas diperoleh nilai *Sig* adalah 0,400 dengan taraf signifikansi  $> 0,05$ . Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa data berasal dari populasi yang mempunyai varians yang sama atau data bersifat homogen.

**c. Uji Korelasi**

Uji korelasi dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hubungan satu variabel dengan variabel yang lainnya.

**Tabel 15. Hasil Uji Korelasi**

		X	Y
X	Pearson Ccorrelation	1	-.040
	Sig. (2-tailed)		.696
	N	100	100
Y	Pearson Ccorrelation	-.040	1
	Sig. (2-tailed)	.696	
	N	100	100

Berdasarkan hasil penghitungan korelasi X dan Y di temukan nilai signifikansi yaitu 0,696. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Ada kontribusi yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan karyawan *front office* terhadap kepuasan tamu menginap di Hotel HW Padang”. Maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

#### d. Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y maka ini dilakukan uji F, untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel dengan variabel yang lainnya.

**Tabel 16. Uji F ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3.893	1	3.893	.154	.696 <sup>a</sup>
Residual	2475.817	98	25.263		
Total	2479.710	99			

a. Predictors: (Constant), x

b. Dependent Variable: y

Berdasarkan hasil uji regresi linear diatas diperoleh F hitung 0,154 F tabel 3.89 dengan sig. 0,696 > 0,05, maka variabel kualitas pelayanan tidak mempengaruhi variabel kepuasan tamu, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Sedangkan koefisien determinasi (R Square) kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu hanya sebesar 0,002 yang berarti hanya 0,2% saja kepuasan tamu dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan.

**Tabel 17. Koefisien Determinasi**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.040 <sup>a</sup>	.002	-.009	5.026	.002	.154	1	98	.696

a. Predictors: (Constant), x

Dengan demikian maka hipotesis pertama ditolak. Artinya Tidak ada kontribusi yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan karyawan *front office* terhadap kepuasan tamu menginap di Hotel HW Padang.

## **2. Pembahasan**

Berdasarkan analisa dapat diketahui bahwa variabel independen (kualitas pelayanan) tidak ada kontribusi signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Menurut Lupyoadi (2004: 45) “Faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk menentukan kepuasan pelanggan adalah Kualitas produk, kualitas layanan, emosi, harga, dan biaya”.

Berdasarkan hasil analisis i diketahui bahwa kualitas pelayanan di Hotel HW Padang memiliki hubungan yang negatif dengan kepuasan tamu yang ternyata tidak sesuai dengan teori yang sudah ada, yang mengatakan kualitas pelayanan adalah salah satu faktor penentu kepuasan tamu. Hal ini bisa terjadi karena karakteristik tamu di Hotel HW yang tidak terlalu memiliki harapan, keinginan dan kebutuhan akan kualitas pelayanan khususnya pada bagian *FO*. Payne (2000: 275) “Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari penyedia jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipersepsikan konsumen. Berbagai faktor seperti: subjektivitas penyedia jasa, keadaan psikologis (konsumen maupun pemberi jasa), kondisi lingkungan eksternal dan sebagainya tidak jarang turut mempengaruhi sehingga jasa sering disampaikan dengan cara yang berbeda dengan yang dipersepsikan oleh konsumen”. Menurut (Kotler dan Keller, 2009) “Karakteristik pelanggan memiliki tiga faktor yaitu faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi,”. Beragamnya karakteristik dan latar belakang tamu menyebabkan beragamnya harapan, keinginan dan kebutuhan mereka akan pelayanan yang diberikan oleh hotel



khususnya pada bagian *Front Office Department*. Sebagai contoh, tamu yang datang sangat ingin menjaga privasinya dengan berbagai alasan, salah satunya penyalahgunaan hotel sebagai tempat kriminal maupun maksiat, sehingga tamu hanya ingin mendapatkan kamar dengan segera setelah itu melakukan pembayaran sesuai harga yang disepakati. Sehingga tamu tidak terlalu membutuhkan pelayanan dari karyawan *FO*, biasanya semakin dilayani tamu akan merasa risih.

## **E. Simpulan dan Saran**

### **1. Simpulan**

Kualitas Pelayanan Karyawan *Front Office* Di Hotel HW Padang, secara keseluruhan variabel kualitas pelayanan termasuk dalam kategori baik. Kepuasan Tamu Menginap di Hotel HW Padang secara keseluruhan variabel kepuasan pelanggan termasuk dalam kategori baik. Namun setelah dilakukan penelitian dapat dilihat tidak terdapat kontribusi yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan tamu menginap di Hotel HW Padang, kualitas pelayanan hanya berkontribusi sebesar 0,2% dan 99,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

#### **a. Saran**

Disarankan kepada para peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut sebaiknya mencari faktor- faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan tamu. Kepuasan tamu juga dapat dilihat dari kualitas produk, harga, emosional faktor dan biaya.

**Catatan:** artikel ini disusun berdasarkan skripsi penulis dengan Pembimbing I Youmil Abrian, SE,MM dan Pembimbing II Waryono, SP.d, MM.Par.

## **Daftar Pustaka**

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran. Analisis Perencanaan dan Pengendalian*. Jilid 2 Edisi kedelapan. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Rambat, Lupiyoadi. 2004. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Pratek*. Jakarta: PT salemba Empat.
- Setiawati, Antari. 2009. *Studi kepuasan Pelanggan Untuk Mencapai Loyalitas Pelanggan*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Sulastiyono, Agus. 2011. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.